互联网思维下传统媒体的融合发展

摘　要：随着互联网时代的到来，我们的生活也在不知不觉中改变着。在媒体行业，凭借着互联网技术的运用，新兴媒体的出现是媒体行业巨大的变革，新兴媒体发展迅猛，促使传统媒体调整发展思路。党和国家明确指出，传统媒体要与新兴媒体融合发展，从而使媒体发展达到更好的状态。本文就是探究传统媒体的现状以及其在互联网思维下该如何融合发展。

关键词：传统媒体；互联网思维；融合发展
中图分类号：G209　　文献标识码：A
文章编号：1671-0134（2017）10-037-02　　DOI：10.19483/j.cnki.11-4653/n.2017.10.011

文 / 汪文婕

随着科技的进步、信息化时代的到来，形式多样的数字媒体不断的产生并且影响着人们的生活。这些新媒体，通过知识的相互渗透与共享给人们带来了巨大的便利，方便了大众信息的获取与使用。在这种形势下，传统媒体必须转变思维模式，探究传统媒体从如何在新媒体发展迅猛的情况下持续健康发展，未来才有出路。

1. 互联网思维及对传统媒体的影响

互联网思维不是简单的运用网络的思维，而是在互联网技术的支撑下服务大众的思维方式。其实这种思维模式在生活中并不少见。在互联网技术的支持下，人们可以免费在网上了解非常多的东西，或者说在网络上得到很多免费的服务。用户可以在互联网的支持下，得到免费的体验，然后再进行消费。这样一来，用户的消费习惯就会慢慢地改变从而达成一种新的习惯。这种新的习惯就是依赖互联网技术提前得到便捷的服务。互联网思维的特点：首先，在服务对象方面秉承用户至上的观念。在这种情况下，不同用户都得到了充分的照顾与服务。购买产品的用户，从开始挑选产品一直到购买到产品都会享受到优越便捷的服务，而那些并不购买产品的用户，则是可以通过互联网技术得到其他免费的服务。这样一来，在互联网思维模式之下，提供服务和销售产品就与用户建立了一个长久的关系。在用户体验方面，由于得到互联网信息技术的支撑，用户可以通过互联网进行免费的体验。在互联网思维模式下，我们更加注重用户的体验。为了达到或者说是超越用户的体验需求，互联网在这方面做的可以说是无微不至。互联网技术从用户的角度来提供对产品或流程的认识。用户可以深深地感受到这些服务的价值。长久下去，用户会对这种服务产生一种依赖，形成一种消费习惯。在费用方面，这种服务模式是免费的。

互联网思维对传统媒体的影响是非常大的。随着生活节奏的加快，大众更加倾向于便捷快速的生活方式。在互联网思维模式下应运而生的新媒体已经得到了大众深深的喜爱。换句话说，传统媒体已经不能满足大众的需求。在互联网思维模式下，传统媒体发展状况受到了十分严重的影响。当然，并不是说，传统媒体没有优势存在，只是传统媒体的优势需要与新媒体融合才能更好地发挥出来。新媒体在用户体验这方面做的很好，并且凭借其信息传播速度快的优势，在大众的生活中迅速发展起来。在现在信息技术的运用下，新媒体所服务的对象都是主动和分散的用户，他们可以通过互联网因个人兴趣爱好聚集在一起，然后进行互动。而传统的媒体却无法做到这一点，传统媒体所服务的对象都是被动地等待着媒体，已经无法满足现在用户热爱表达、乐于互动的需求。也就是说，传统媒体在互联网思维下，必须要进行一定的改革与创新。

2. 传统媒体融合发展存在的问题

2. 1 缺少互联网产品，不能满足新媒体内容传播的需要

传统媒体通常是以发表报道、做出期刊或者是录制节目的形式向大众传播媒体信息的。然后只是将这些信息通过互联网发布出去。这样只是将互联网作为一种传播工具，而并不是将互联网融入到媒体运作中去，用户所得到的信息都是存在局限性的。除此之外，传统媒体都是通过微博微信、手机报、移动客户端等多渠道平台推送各种媒体信息，虽然渠道广泛但是内容却都是千篇一律，无法吸引到用户。这也就是传统媒体所存在的问题，无法向用户提供满足用户需求的信息产品，用户只是被动地接受媒体传达给他们的信息，无法及时地表达他们的想法。由于传统媒体的传播耗费时间、金钱、人力，这些因素都会限制媒体信息量的扩增，从而无法满足新媒体内容传播的需要。

2. 2 缺乏对用户数据分析挖掘，与用户交互和体验不足

传统媒体中信息的生产与传播都是封闭式的，缺乏与用户的互动。它只是一味地单方面地向用户推送媒体信息，没

有真正的为用户着想，满足用户的需求，用户是处于被动状态。在这样的情况下，就会缺乏对用户信息的深入了解，无法了解到用户需要什么，想要什么。即使传统媒体想要利用互联网技术开通各大平台传播媒体信息，也无法与用户建立长久持续的亲密关系。这就是传统媒体与新媒体之间最关键的差异。只有通过对用户数据进行深入挖掘，才能了解到用户真正的需求所在，并满足他们的需求。这需要搭建新型的传播平台，改变传统媒体传播的方式，从而与用户建立一种长久的互动关系。

2.3 集约化、集成化不足，商业运作模式有待创新

传统媒体的运作模式缺乏创新， 这也是其发展所存在的问题。为了跟上互联网时代的发展，许多传统媒体都尝试与互联网融合，设想通过互联网技术和手段来发展传统媒体。但是，在实质上，这些媒体传统的发展模式还是没有改变，还是局限于各自互不干扰的发展，始终没有想到要协同各种小型的分散的媒体运作单位通过互联网技术的成熟运用而进行创新发展。这样存在的弊端就是，传统媒体的发展集成化不足，没有一个统一的发展机制，而导致“融合”仅停留在表面，商业运营模式无法得到创新。

3. 发展与思考

传统媒体要向数字化进行转变就必须要注意很多方面的问题。传统媒体在互联网思维下发展可以从以下几个方面着手：首先，在发展模式思维转变方面，必须有正确的思维理念做支撑，转变以往固有的发展思维模式。这就需要传统媒体不断增强互联网意识，运用互联网思维模式对传统媒体的发展做出统筹规划。在这个过程中，传统媒体可以学习新媒体的发展理念及其运作模式、运营手段、传播方式等，将用户放在最重要的位置，引进或者培养一批能够对媒体发展有帮助的人才，为传统媒体融合发展奠定人才基础。其次，传统媒体的融合发展需要技术的建设和研发。传统媒体需要有效利用互联网技术，搭建自身新的平台、拓宽自身的发展渠道、提高自身核心竞争能力。除此之外，传统媒体的发展还要注意几个弊端。首先就是要建立用户数据库，经过大量数据收集了解用户需求，从而做到精准服务用户。其次，增大互联网产品产出量，并且要充分发挥传统媒体报道内容准确深入、分析全面透彻的优势，结合用户的需求和喜好，推送出更多优秀的产品。从而能够提高人们对传统媒体的关注度。说到媒体信息的推送，就不得不强调所传播的信息内容的质量。为了满足现在大众的阅读信息的需求，这些媒体信息内容在制作方面一定要精细，同时便于传播，利用信息技术，让推送的信息内容在声音、画面以及人物形象方面达到更高的层次。当然，信息的内容主题一定要像以前一样或者说比以前更加的深入。除此之外，信息还可以多方面、多角度地进行展示。在内容的采编、后期的制作方面一定要满足用户的需求和喜好。在信息的传播方面，可以通过各种渠道进行传播，从而加快传播速度，丰富传播形式；在平台创建方面，一定要注重所创建的平台能与用户形成良好的互动关系。将用户看做主体，用户在这些平台上不仅仅只是获取媒体信息，还可以自由发表自己的看法，同时与兴趣相投的人互动交流；在资源整合方面，传统媒体需要向一体化方向发展，要有团队协作和创新的能力。打破传统封闭的思维模式，实现各种信息与技术的共享从而提高自身核心竞争能力。

4. 结语

随着信息化时代的到来，传统媒体必须与新媒体进行恰当的融合。在融和发展的过程中，一定要发挥传统媒体原有的优势，结合新媒体发展技术，增强传统媒体的竞争力。在互联网思维模式下，传统媒体如何解决发展的过程中遇到的各种各样的问题，需要我们不断地进行探究，从而推进传统媒体向数字化发展方向进行的改革。媒

参考文献

[1] 高伟．“互联网，”时代下传统媒体与新媒体的融合发展之路 [J]. 江苏理工学院学报，2017，23（01）：68-71.
[2] 刘保国．互联网思维下传统媒体和新媒体融合发展探讨 [J]. 科技传播，2016，8（10）：65-66.
[3] 鹿振林．新媒体与传统媒体的碰撞融合研究 [D]. 山东农业大学，2015.
[4] 隗建华．基于互联网模式下传统媒体与现代媒体的融合分析 [J]. 传播与版权，2015（07）：115-116.
[5] 谈黎红．互联网思维下传统媒体融合发展探讨 [J]. 中国广播电视学刊，2015（06）：66-68.

（作者单位：阜阳广播电视报社）